

2025年 道内企業の年間業況見通し

2025年1月9日

北 洋 銀 行

(調査委託先)

株式会社北海道二十一世紀総合研究所

電話 011-231-8681(調査部 伊東、安達)

調 査 要 項

■調査の目的と対象

アンケート方式による道内企業の経営動向把握

■調査方法

調査票を配付し、郵送または電子メールにより回収

■調査内容

2024年の業況実績(見込)と2025年の業況見通し

■回答期間

2024年11月中旬～12月中旬

■本文中の略称

(A) 増加(好転)企業

前年に比べ良いとみる企業

(B) 不変企業

前年に比べ変わらなとみる企業

(C) 減少(悪化)企業

前年に比べ悪いとみる企業

(D) DI

「増加企業の割合」－「減少企業の割合」

(E) n(number)

有効回答数

■地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	389	100.0%	
札幌市	140	36.0	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、 日高の各地域、空知地域南部
道 央	83	21.3	
道 南	39	10.0	渡島・檜山の各地域
道 北	62	15.9	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	65	16.7	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域

■業種別回答状況

	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	700	389	55.6 %
製 造 業	194	108	55.7
食 料 品	69	33	47.8
木 材 ・ 木 製 品	29	13	44.8
鉄鋼・金属製品・機械	58	41	70.7
そ の 他 製 造 業	38	21	55.3
非 製 造 業	506	281	55.5
建 設 業	145	89	61.4
卸 売 業	98	60	61.2
小 売 業	97	42	43.3
運 輸 業	52	34	65.4
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	17	50.0
そ の 他 の 非 製 造 業	80	39	48.8

2025年 道内企業の年間業況見通し

物価高への警戒感強まる

< 要 約 >

1. 2025年 業況見通し

全産業の売上 DI(2、前年比▲8 ポイント)は 5 業種で低下するもプラスを維持、見通し時点では毎年マイナスが続いている利益 DI(▲6、同▲11 ポイント)は、直近 3 年平均(▲7)と同程度の水準。

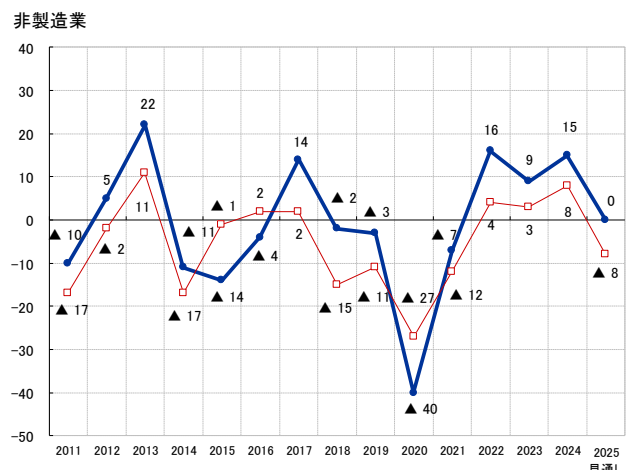
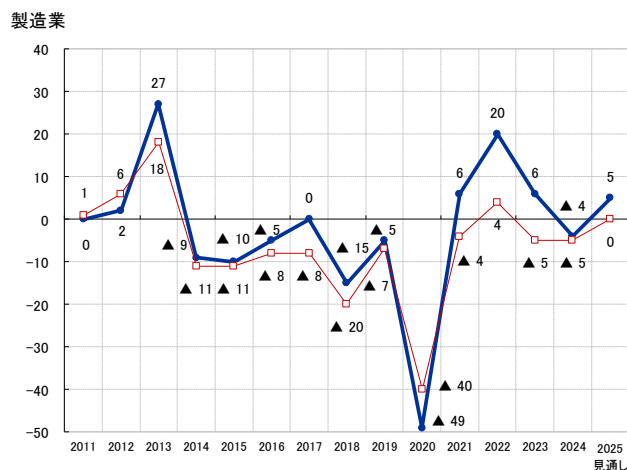
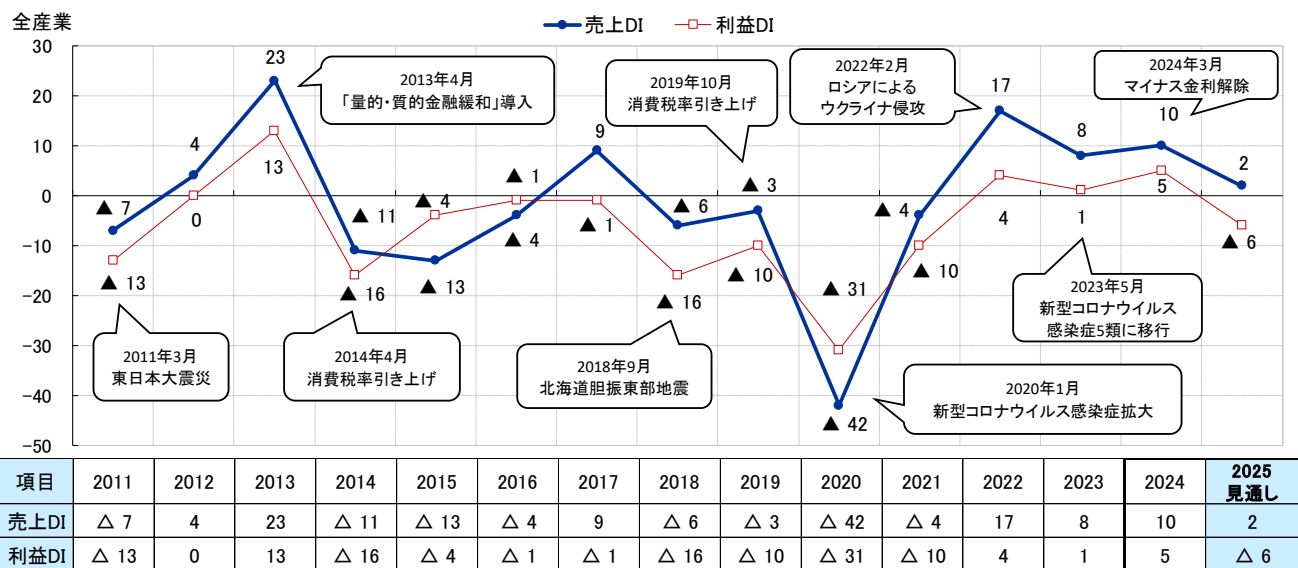
業種別では、売上 DI・利益 DI とともにプラスは鉄鋼・金属製品・機械製造業、小売業、運輸業、ともにマイナスは木材・木製品製造業、建設業、卸売業となった。食料品製造業は 2 年ぶりに売上 DI がプラス転換も利益 DI は 3 年連続のマイナス、ホテル・旅館業の利益 DI は 4 年ぶりにマイナスの見通し。

全産業の道内景気 DI(▲11、同▲2 ポイント)は「悪化」が「好転」を上回り、慎重な見方が続いている。

2. 先行きの懸念材料

「物価の動向」(67%、前年比+10 ポイント)、「原油価格の動向」(55%、同▲16 ポイント)、「雇用の動向」(47%、同+3 ポイント)、「電気料金の動向」(46%、同▲12 ポイント)などとなった。

<図表 1> 道内企業の年間業況の推移

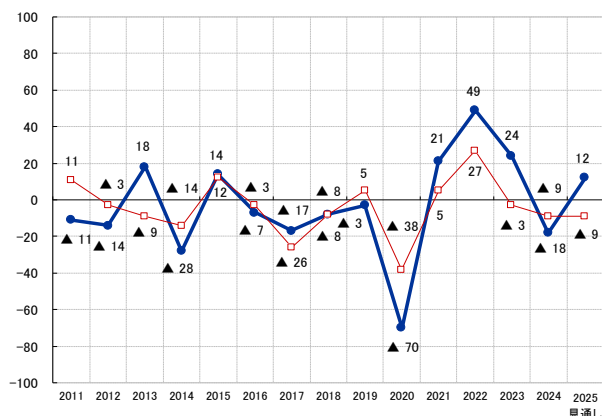


＜図表２＞業種別の要点（２０２５年見通し）

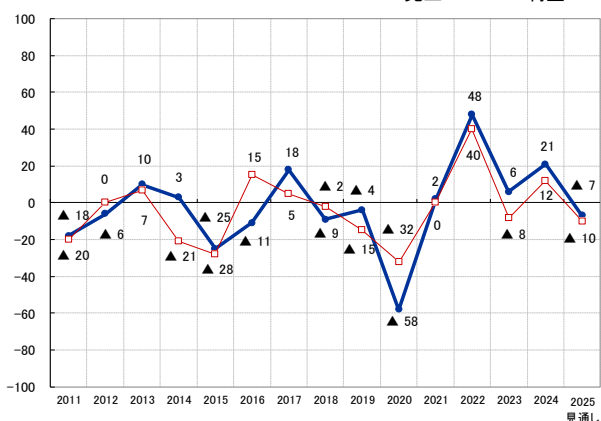
	要 点 (2025年見通し)		2021年	2022年	2023年	2024年		2025年
			実績	実績	実績	実績	年初見通し	見通し
全 産 業	前年見通しに引き続き、売上DIはプラスを維持、利益DIはマイナス。	売上DI	△ 4	17	8	10	1	2
		利益DI	△ 10	4	1	5	△ 7	△ 6
製 造 業	売上DIはプラス転換、利益DIは3年ぶりにマイナス圏を脱出。	売上DI	6	20	6	△ 4	2	5
		利益DI	△ 4	4	△ 5	△ 5	△ 12	0
食 料 品	売上DIは畜産、製菓、水産、食品製造全てでマイナス圏脱出。利益DIは水産、食品製造が3年連続でマイナス。	売上DI	21	49	24	△ 18	24	12
		利益DI	5	27	△ 3	△ 9	3	△ 9
木 材 ・ 木 製 品	製材が3年連続でマイナス。木製品はマイナス圏脱出。	売上DI	10	23	△ 32	△ 38	△ 14	△ 8
		利益DI	0	18	△ 19	△ 27	△ 14	△ 20
鉄鋼・金属 製品・機械	機械が堅調。鉄鋼、金属製品は売上DIがマイナス転落、利益DIの軟調続く。	売上DI	△ 15	0	9	15	△ 9	3
		利益DI	△ 12	△ 18	△ 6	5	△ 24	8
非 製 造 業	4年ぶりにプラス圏から低下し、売上DIはゼロ、利益DIはマイナス。	売上DI	△ 7	16	9	15	1	0
		利益DI	△ 12	4	3	8	△ 5	△ 8
建 設 業	土建、設備工、職別工、住宅建築の全てで低下しマイナス幅拡大。	売上DI	△ 19	△ 30	0	△ 7	△ 18	△ 19
		利益DI	△ 20	△ 42	△ 16	△ 13	△ 19	△ 28
卸 売 業	資材卸が3年連続マイナス、機械卸が大幅に低下しマイナス転落、食品卸は低下するもプラス圏を維持。	売上DI	2	48	6	21	2	△ 7
		利益DI	0	40	△ 8	12	△ 4	△ 10
小 売 業	食品小売(大型店含む)、自動車店が大幅に上昇。燃料店は軟調続く。	売上DI	△ 2	11	11	2	△ 8	12
		利益DI	△ 26	△ 11	14	7	△ 12	14
運 輸 業	旅客、貨物ともに堅調続く。	売上DI	0	39	4	32	35	24
		利益DI	0	14	26	15	16	15
ホ テ ル・ 旅 館 業	都市ホテルは売上DIが横ばい、利益DIが低下しゼロ。観光ホテルはいずれも低下し利益DIが4年ぶりマイナス。	売上DI	△ 31	100	93	47	60	24
		利益DI	△ 13	100	87	19	53	△ 6

＜図表３＞道内企業の年間業況の推移（業種別）

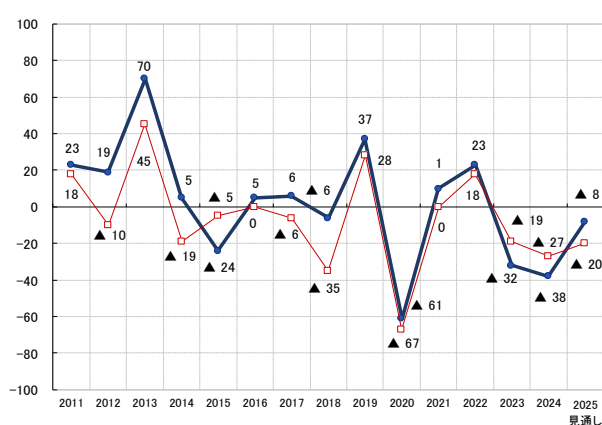
食料品製造業



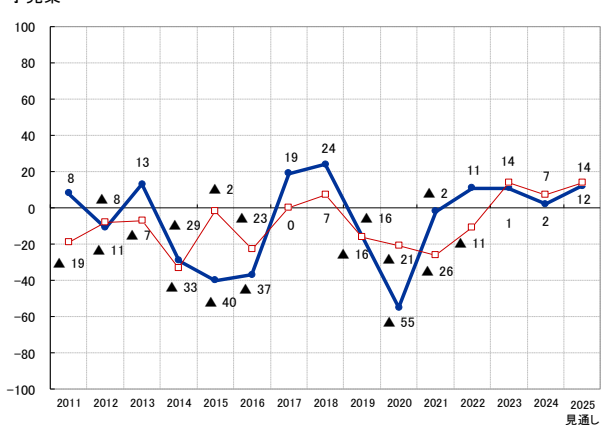
卸売業



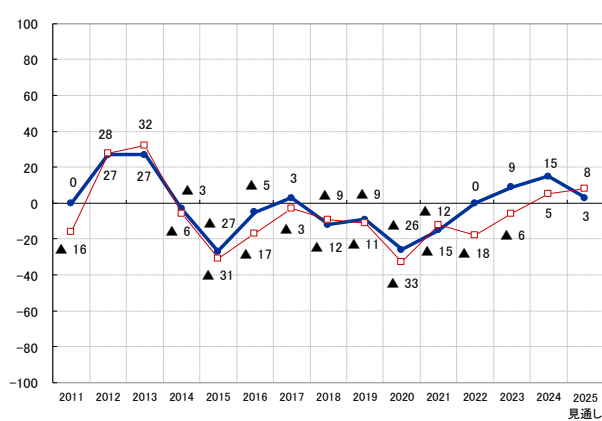
木材・木製品製造業



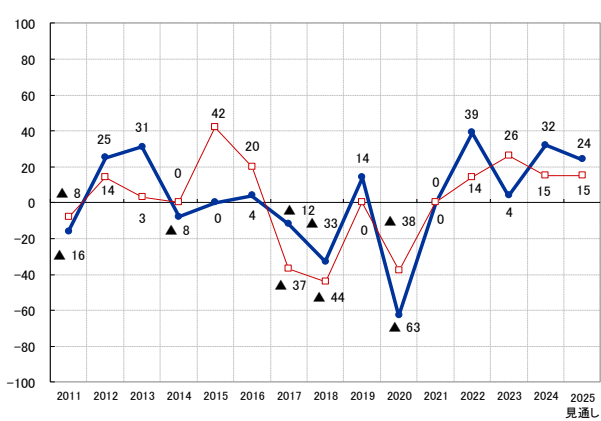
小売業



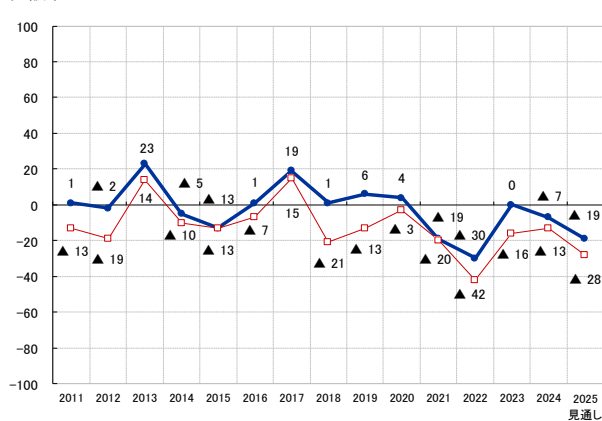
鉄鋼・金属製品・機械



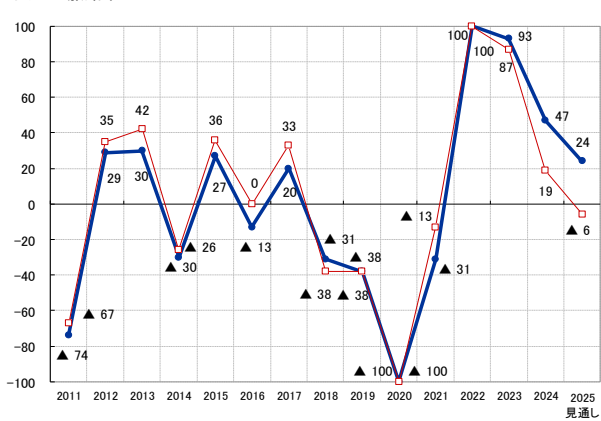
運輸業



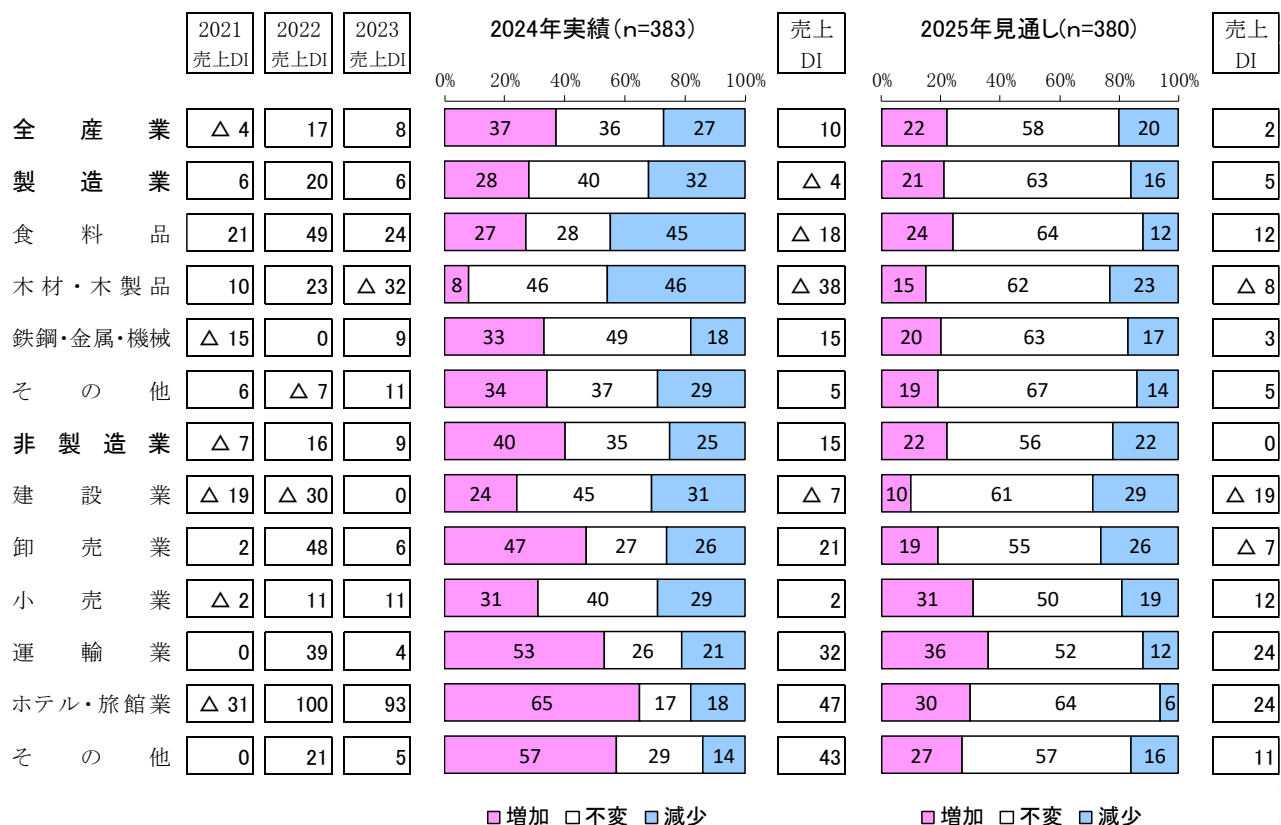
建設業



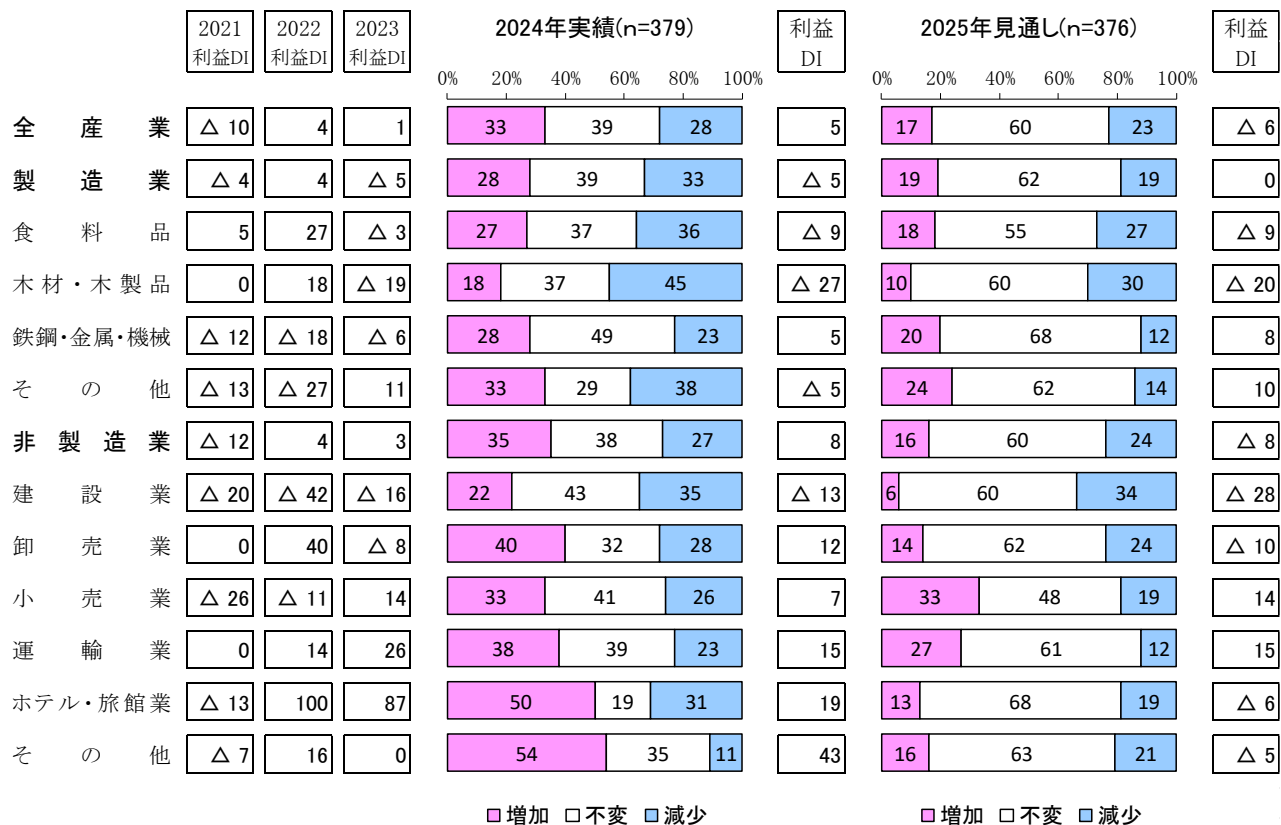
ホテル・旅館業



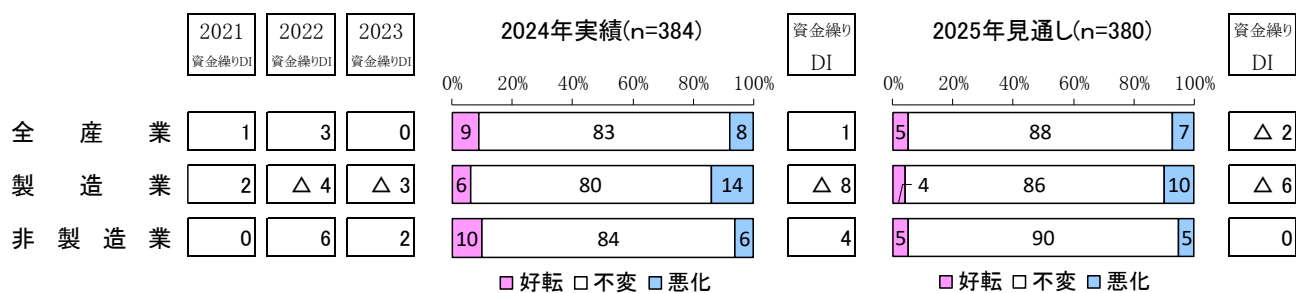
<図表4> 売 上



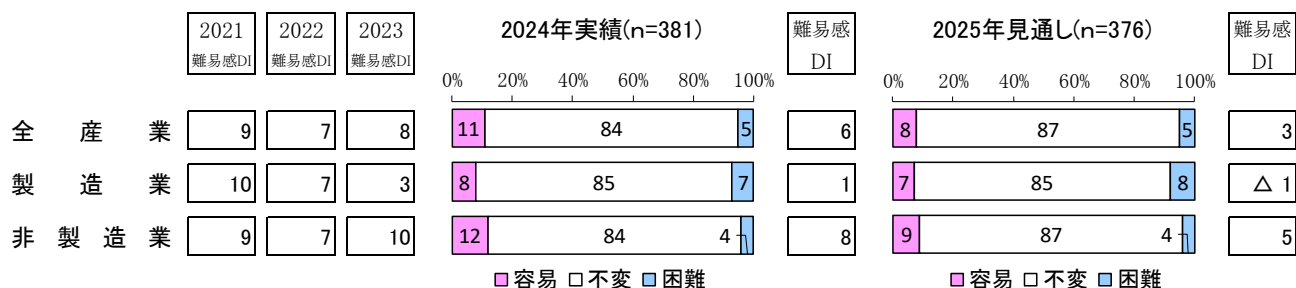
<図表5> 利 益



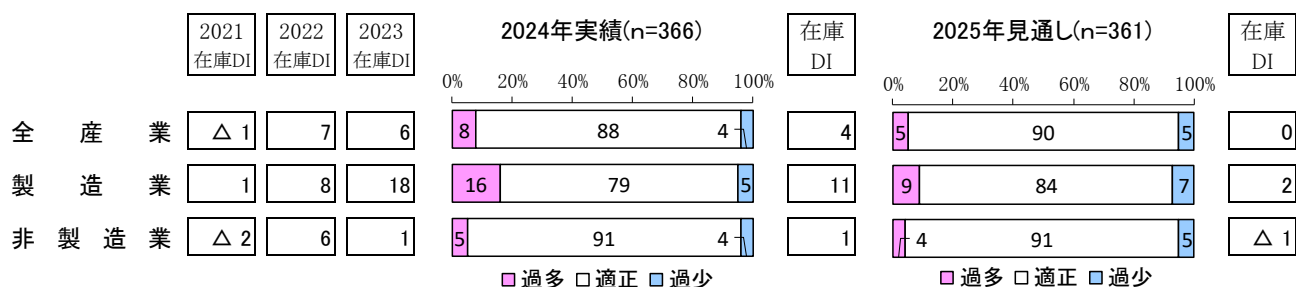
<図表6> 資金繰り



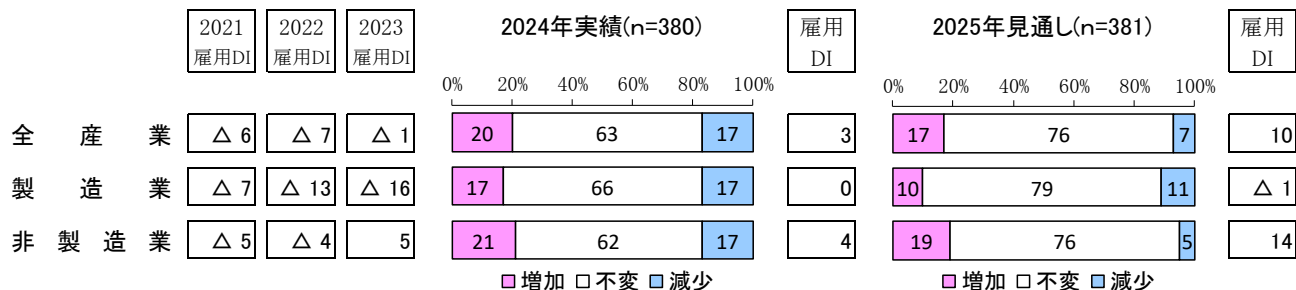
<図表7> 短期借入金の難易感



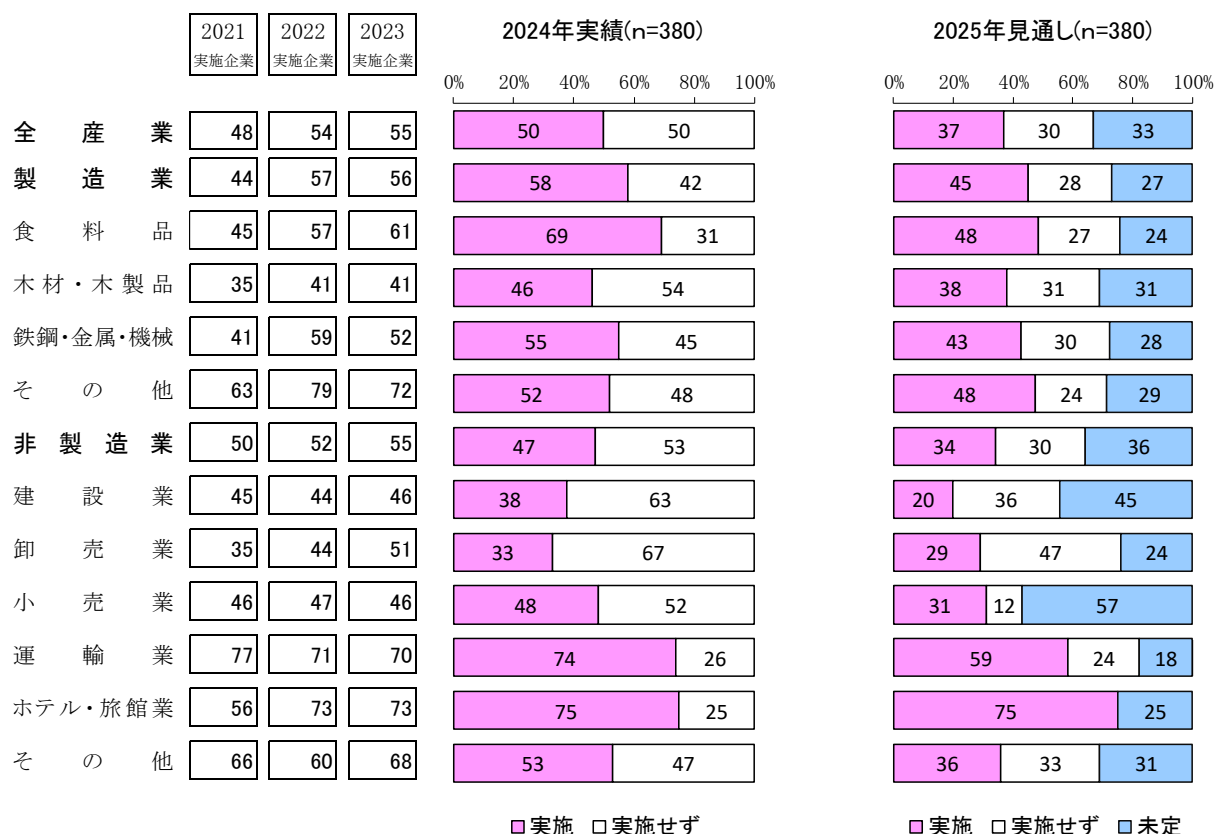
<図表8> 在庫



<図表9> 雇用人員



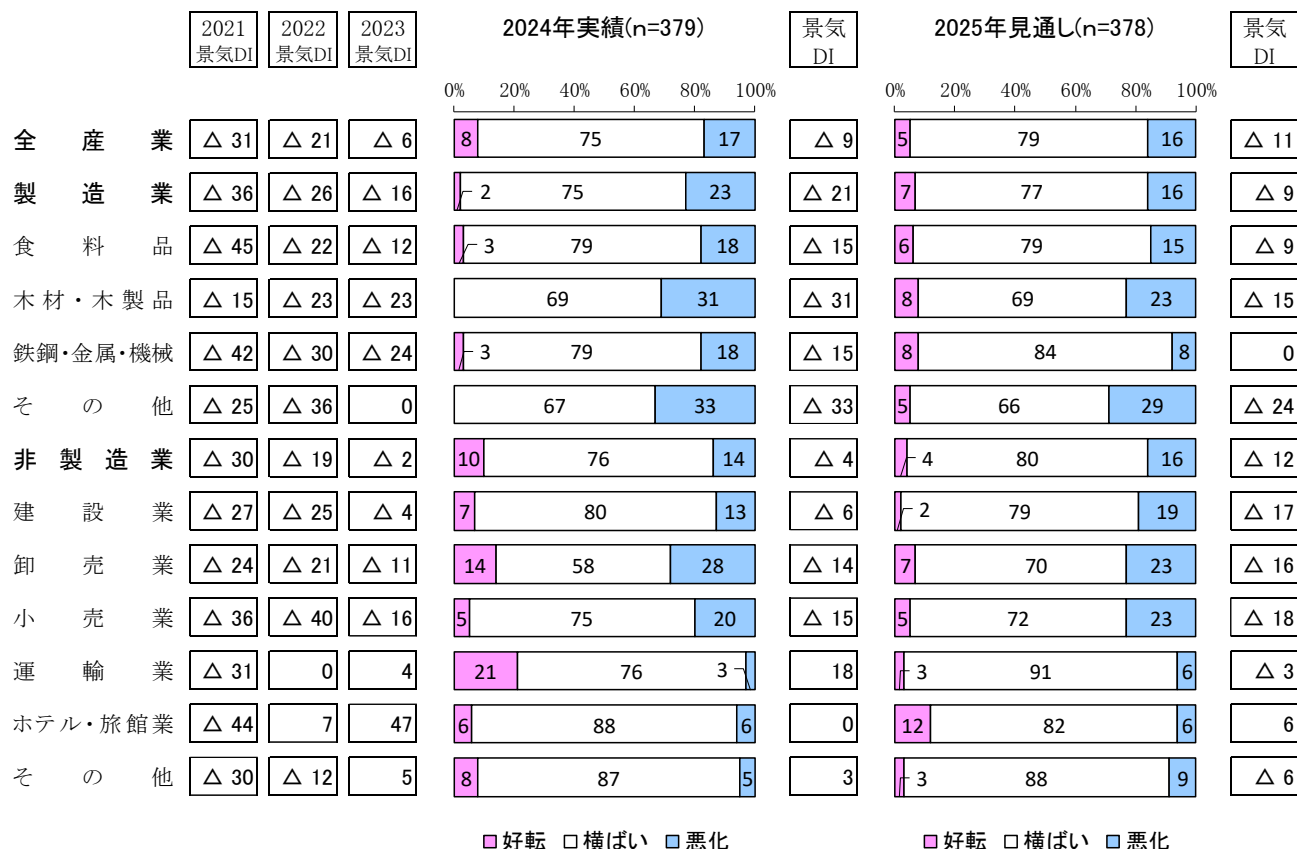
<図表１０>設備投資（ＤＸ・ＩＴ化関連除く）



<図表１１>ＤＸ・ＩＴ化関連投資



<図表 1 2> 道内景気



<図表 1 3> 先行きの懸念材料（上位 5 項目）の要点

項 目	前年比	要 点
(1) 物価の動向 (67%)	+ 10	製造業(71%、+15ポイント)、非製造業(65%、+7ポイント)ともに上昇し1位となった。ホテル・旅館業(65%、▲6ポイント)は低下したが、食料品製造業(79%、+10ポイント)など7業種で上昇した。
(2) 原油価格の動向 (55%)	△ 16	製造業(51%、▲19ポイント)、非製造業(57%、▲14ポイント)となり、2年連続で低下。運輸業(91%、+2ポイント)は上昇し依然高水準だが、食料品製造業(46%、▲29ポイント)など7業種で低下した。
(3) 雇用の動向 (47%)	+ 3	4年連続で上昇。ホテル・旅館業(53%、▲18ポイント)、食料品製造業(39%、▲11ポイント)は低下したが、鉄鋼・金属製品・機械製造業(41%)、卸売業(39%)が各+11ポイントなど4業種で上昇した。
(4) 電気料金の動向 (46%)	△ 12	鉄鋼・金属製品・機械製造業(59%、+7ポイント)は上昇したが、ほか7業種で低下した。ホテル・旅館業(71%、▲22ポイント)、食料品製造業(70%、▲11ポイント)は大きく低下するも依然高い割合。
(5) 公共投資の動向 (41%)	△ 3	建設業(73%、▲3ポイント)は低下したが依然高い割合。鉄鋼・金属製品・機械製造業(56%、+1ポイント)、木材・木製品製造業(54%、+4ポイント)も比較的高く、上位項目となった。
(6) 個人消費の動向 (41%)	△ 3	ホテル・旅館業(53%、▲18ポイント)など5業種で低下。食料品製造業(76%、+4ポイント)、小売業(76%、▲2ポイント)は高い割合が続く。

<図表 1 4> 先行きの懸念材料（複数回答）

(n=384)

(単位：％)

項 目	全産業	製造業	食料品				非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) 物価の動向	① 67 (57)	① 71 (56)	① 79 (69)	② 62 (50)	① 67 (49)	② 70 (52)	① 65 (58)	② 64 (59)	① 68 (62)	② 67 (50)	② 59 (48)	② 65 (71)	① 69 (61)
(2) 原油価格の動向	② 55 (71)	③ 51 (70)	46 (75)	46 (64)	49 (64)	② 70 (81)	② 57 (71)	51 (78)	③ 42 (68)	③ 62 (63)	① 91 (89)	③ 59 (86)	③ 54 (51)
(3) 雇用の動向	③ 47 (44)	37 (34)	39 (50)	23 (23)	41 (30)	35 (29)	③ 51 (49)	59 (52)	39 (28)	48 (48)	③ 44 (41)	53 (71)	② 56 (66)
(4) 電気料金の動向	④ 46 (58)	② 64 (70)	③ 70 (81)	46 (64)	② 59 (52)	① 75 (91)	39 (53)	38 (51)	31 (53)	38 (43)	29 (41)	① 71 (93)	49 (63)
(5) 公共投資の動向	⑤ 41 (44)	35 (37)	0 (-)	③ 54 (50)	③ 56 (55)	40 (52)	43 (47)	① 73 (76)	31 (42)	24 (15)	15 (26)	12 (7)	③ 54 (56)
(6) 個人消費の動向	⑤ 41 (44)	44 (47)	② 76 (72)	46 (46)	15 (21)	45 (52)	41 (43)	18 (21)	② 48 (55)	① 76 (78)	③ 44 (44)	53 (71)	33 (29)
(7) 金利の動向	37 (33)	34 (32)	42 (44)	③ 54 (41)	33 (24)	10 (19)	38 (33)	38 (33)	39 (36)	48 (40)	38 (37)	35 (21)	28 (24)
(8) 民間設備投資の動向	29 (30)	27 (26)	3 (6)	23 (18)	51 (52)	20 (24)	29 (32)	49 (50)	36 (32)	17 (13)	9 (22)	6 (7)	18 (32)
(9) 社会保障負担の増加	27 (20)	23 (19)	27 (28)	15 (18)	18 (15)	30 (14)	29 (21)	26 (22)	24 (9)	43 (25)	18 (15)	41 (14)	33 (34)
(10) 税制改正の動向	27 (22)	21 (21)	21 (19)	15 (9)	23 (33)	20 (19)	29 (22)	19 (27)	22 (19)	45 (23)	32 (11)	35 (14)	39 (27)
(11) 為替の動向	27 (34)	35 (47)	58 (50)	46 (55)	23 (46)	15 (38)	23 (29)	13 (18)	41 (45)	31 (38)	18 (26)	24 (36)	18 (20)
(12) 政局の動向	25 (21)	14 (16)	9 (-)	15 (9)	13 (30)	25 (24)	29 (23)	46 (24)	17 (13)	26 (25)	9 (19)	18 (14)	33 (34)
(13) 住宅着工の動向	20 (23)	19 (24)	0 (-)	① 77 (68)	18 (21)	15 (19)	21 (23)	28 (27)	32 (28)	14 (23)	9 (22)	0 (-)	13 (17)
(14) ウクライナ紛争の影響	19 (32)	24 (33)	27 (44)	15 (23)	26 (33)	20 (29)	17 (32)	14 (34)	20 (26)	19 (35)	21 (30)	18 (29)	13 (34)
(15) 台風などの災害の影響	18 (19)	15 (16)	18 (22)	23 (14)	15 (15)	5 (10)	19 (20)	17 (21)	14 (17)	14 (25)	21 (15)	12 (29)	36 (20)
(16) 金融機関の融資姿勢	18 (21)	14 (19)	21 (19)	31 (27)	5 (12)	10 (19)	20 (23)	24 (18)	20 (21)	21 (28)	12 (30)	12 (14)	18 (27)
(17) 中国経済の動向	17 (20)	24 (24)	27 (31)	31 (27)	28 (24)	5 (10)	14 (18)	8 (10)	27 (30)	17 (23)	3 (11)	24 (36)	13 (15)
(18) 米中貿易摩擦の影響	12 (8)	14 (7)	15 (3)	8 (9)	21 (12)	5 (5)	12 (9)	7 (5)	17 (13)	19 (5)	6 (7)	6 (7)	13 (15)
(19) 欧米経済の動向	12 (12)	15 (15)	21 (16)	23 (18)	15 (15)	0 (10)	11 (11)	10 (4)	15 (26)	14 (8)	0 (11)	12 (14)	13 (10)
(20) その他	1 (3)	0 (3)	0 (3)	0 (-)	0 (-)	0 (10)	1 (2)	0 (4)	2 (2)	2 (5)	0 (-)	6 (-)	0 (-)

○内数字は業種内の順位

<図表 15> 売上・販売面で重視する項目（上位 5 項目）の要点

項 目	前年比	要 点
(1) 人材の育成・強化 (77%)	+ 0	13年連続の1位、全ての業種で上位となった。ホテル・旅館業(69%、▲18ポイント)など5業種で低下したが、建設業(92%、+2ポイント)など3業種で上昇した。
(2) 顧客ニーズの的確な把握 (48%)	△ 3	4年連続で低下。木材・木製品製造業(77%、+27ポイント)など4業種で上昇したが、鉄鋼・金属製品・機械製造業(35%、▲24ポイント)、食料品(42%、▲19ポイント)など4業種で低下した。
(3) 価格体系の見直し (36%)	△ 3	2年連続で低下。ホテル・旅館業(63%、+16ポイント)、鉄鋼・金属製品・機械製造業(40%、+13ポイント)は上昇したが、卸売業(22%、▲17ポイント)など5業種で低下した。
(4) ITの活用、DXの推進 (33%)	△ 2	木材・木製品製造業(31%、+8ポイント)など5業種は上昇したが、食料品製造業(18%、▲12ポイント)、卸売業(29%、▲8ポイント)、建設業(40%、▲7ポイント)が低下した。
(5) 新たな販路の開拓 (32%)	-	今回より調査開始。 卸売業(53%)、木材・木製品製造業(46%)、食料品製造業(39%)の順に高かった。

()内の数値は、回答割合(%)と前期比(ポイント)

<図表 16> 売上・販売面で重視する項目（複数回答）

(n=383)

(単位：%)

項 目	全産業	製造業	食料品	木材・ 木製品	鉄鋼・ 金属製品 ・機械	その他の 製造業	非製造 業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル ・旅館業	その他の 非製造業
(1) 人材の育成・強化	① 77 (77)	① 68 (65)	③ 55 (64)	② 69 (73)	① 75 (71)	① 76 (50)	① 80 (82)	① 92 (90)	① 66 (69)	① 71 (81)	① 79 (69)	① 69 (87)	① 92 (90)
(2) 顧客ニーズの的確な把握	② 48 (51)	② 46 (58)	④ 42 (61)	① 77 (50)	③ 35 (59)	③ 52 (60)	② 49 (48)	② 46 (38)	③ 50 (54)	② 55 (65)	③ 41 (39)	③ 56 (53)	② 51 (51)
(3) 価格体系の見直し	③ 36 (39)	② 46 (41)	① 58 (58)	⑤ 15 (27)	② 40 (27)	② 57 (55)	③ 32 (37)	③ 20 (21)	③ 22 (39)	③ 29 (35)	② 56 (62)	② 63 (47)	③ 41 (51)
(4) ITの活用、DXの推進	④ 33 (35)	④ 27 (26)	⑥ 18 (30)	⑥ 31 (23)	④ 33 (27)	④ 29 (20)	③ 35 (39)	③ 40 (47)	③ 29 (37)	③ 43 (38)	④ 21 (19)	④ 38 (33)	④ 32 (44)
(5) 新たな販路の開拓 ※今回より調査開始	⑤ 32 (-)	⑤ 39 (-)	⑤ 39 (-)	③ 46 (-)	⑤ 33 (-)	⑤ 48 (-)	⑤ 29 (-)	⑤ 25 (-)	② 53 (-)	⑤ 24 (-)	⑤ 21 (-)	⑤ 25 (-)	⑤ 16 (-)
(6) 既存商品・サービスの見直し ※今回より調査開始	⑥ 23 (-)	⑥ 29 (-)	⑥ 39 (-)	⑥ 31 (-)	⑥ 23 (-)	⑥ 24 (-)	⑥ 20 (-)	⑥ 12 (-)	⑥ 21 (-)	⑥ 31 (-)	⑥ 15 (-)	⑥ 44 (-)	⑥ 19 (-)
(7) 同業他社の商品・サービスとの差別化	⑦ 20 (26)	⑦ 22 (29)	⑦ 21 (39)	⑦ 39 (23)	⑦ 20 (24)	⑦ 19 (30)	⑦ 20 (24)	⑦ 10 (15)	⑦ 26 (35)	⑦ 33 (41)	⑦ 12 (15)	⑦ 13 (40)	⑦ 27 (15)
(8) 営業方法の見直し	⑧ 20 (25)	⑧ 22 (21)	⑧ 21 (12)	⑧ 31 (27)	⑧ 10 (24)	⑧ 38 (25)	⑧ 19 (26)	⑧ 16 (20)	⑧ 29 (33)	⑧ 26 (30)	⑧ 15 (15)	⑧ 6 (47)	⑧ 14 (27)
(9) 新商品・サービスの開発	⑧ 19 (23)	⑧ 33 (40)	① 58 (70)	⑧ 39 (32)	⑧ 15 (24)	⑧ 24 (30)	⑧ 13 (16)	⑧ 2 (5)	⑧ 21 (27)	⑧ 21 (22)	⑧ 9 (12)	⑧ 31 (20)	⑧ 16 (17)
(10) 他社との業務提携	⑨ 14 (14)	⑨ 12 (13)	⑨ 12 (12)	⑨ 15 (18)	⑨ 10 (9)	⑨ 14 (15)	⑨ 15 (15)	⑨ 17 (15)	⑨ 12 (19)	⑨ 17 (8)	⑨ 15 (19)	⑨ 6 (7)	⑨ 16 (15)
(11) 新たな事業への参入	⑨ 9 (12)	⑨ 10 (16)	⑨ 12 (15)	⑨ 8 (18)	⑨ 13 (12)	⑨ 5 (20)	⑨ 9 (10)	⑨ 8 (7)	⑨ 12 (15)	⑨ 7 (14)	⑨ 6 (4)	⑨ 19 (7)	⑨ 5 (12)
(12) その他	⑩ 1 (-)	⑩ 0 (-)	⑩ 0 (-)	⑩ 0 (-)	⑩ 0 (-)	⑩ 0 (-)	⑩ 1 (-)	⑩ 0 (-)	⑩ 2 (2)	⑩ 2 (-)	⑩ 0 (-)	⑩ 6 (-)	⑩ 0 (-)

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査

＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

- (1) **飲料品製造業** 今後も円安傾向が続きそうで、輸入している原料の高騰が懸念される。国内で調達している材料の値上げも懸念される。(道央)
- (2) **食肉加工業** 原料を輸入に頼っているため、為替の動向が原価に直結する。2025 年も為替動向を注視しながら原料を発注する。個人消費のマインドは少しずつ改善されていると感じられるが、物価高の傾向は変わらないと考える。来年は値上げを考えているが、高い物価に消費者が慣れつつある状況から考えるに、大きな売上減にはならないのではないかと。背伸びをして売上拡大を図るより、現状を維持しつつ中身を改善することで、利益の拡大を目指す。(道北)
- (3) **製菓業** 2025 年もすべての物価は上昇し、賃上げが追い付かない可能性があると感じています。価格改定を断続的に行っていますが、仕入価格が上昇し続けているため、改定が追い付かない状況が続いています。買い控えがかなり広がっており、支出するものを絞っていて、かなり個人消費は弱いと感じています。一方、価格改定をしっかりと行える会社は利益が増加しているのも事実で、業種や対象顧客の違いにより鮮明に差が出ている。(道央)
- (4) **製菓業** 原材料や包材、エネルギー費、人件費など全てのものが値上がりしている中で、価格改定を行いながら利益を確保しているが、この状況がいつまで続くのか。一般消費者がどこまで値上げに耐えられるのか。不透明な状況が懸念事項です。(道北)
- (5) **水産加工業** 過去最低の水揚げとなった秋鮭漁の先行きが不安。今期も 20 万 t を超えた道東イワシ巻き網漁だが 2025 年度は TAC が減少する予定。

サンマ漁は、今期水揚げが約 2 倍となったが依然として低迷している。地方の過疎化と高齢化に伴う労働人口の減少や賃上げによる労務費の高騰、2024 年問題による運送費の高騰などが懸念される。(道東)

【木材・木製品製造業】

- (6) **製材業** 天然乾燥によるエコを売りに、天乾材の生産を目指しています。(道北)
- (7) **家具製造業** 道内の住宅着工件数が全国の中でも低い方である結果をとらえて、個人直販を強化する。(道北)
- (8) **家具製造業** 景気の高揚感は全く感じない。元来受注の波が大きい業界ではあるが、近年は特に波が激しく、仕事があるときは断るほど案件があり、ないときは全くない状況ゆえ、先々の見通しが立たない。(道東)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

- (9) **鉄骨製造業** 新幹線関係、再開発の延期の影響で案件数が著しく少ない。さらに、建築費上昇による中小規模の案件数減少のため、ゼネコンレベルで過当競争が起きている。その上、価格競争や道外・海外事業者の参入により、材料費が高騰するのに販売価格は低下するというダブルパンチの状況だ。ロボットや AI の開発により、販売価格はより安くなるだろう。少なくともコロナ前程度の活況で建築投資が進まない限り景気は改善しないと思われる。(道東)
- (10) **金属製品製造業** 道東地区及び根釧地区は、津波タワーの受注が見込まれます。日本製紙跡地への道内外企業による工場や商店街の建設、市立総合病院の増築等の受注が期待できます。道東自動車の釧路インターチェンジが完成する

事により、物流がよくなり、材料仕入等に好ましくなっていくと思われます。(道東)

【その他の製造業】

(11)印刷業 人口減少による人手不足で、すべての業界で作業スピードがダウンして納期が読めなくなる。円安による素材の値上がり分について価格転嫁を進める。(札幌)

(12)コンクリート製品製造業 資材価格や運賃コストの値上がりについては、見通せない部分がある。人材不足は、どの業界からも聞こえており、技術革新と DX を取り入れる必要がある。また、DX を担う高度な技術者の確保や育成も同時に必要である。(札幌)

(13)看板製作業 子供関連の事業者の撤退が多くみられる。塩ビ系材料の高騰が止まらない。(道南)

(14)印刷業 2024 年の年末商戦では 3 割程度の企業において、年賀ハガキの値上げにより、中止か簡易印刷へ移行する傾向が見受けられる。個人も「年賀じまい」がキーワードとなり減少傾向。印刷業界は 2025 年も引き続き、小ロット・短納期への対応、資材・エネルギー・人件費の高騰や人材確保に課題。(札幌)

(15)断熱材製造業 新幹線工事の遅れにより、大型物件がどのくらい発注されるかが問題になると思う。弊社の主力商品は、公共工事に多く使用されることから、発注される物件や量によって売上がかなり変わってきます。断熱材の原料であるナフサの価格が製品価格に影響するので、原油価格の高騰が心配です。(道央)

【建設業】

(16)住宅建築業 資材供給事業者からの値上げ通告が相次いでおり、販売価格に反映すれば受注が停滞することから、規模縮小型や廉価型の商品

を顧客に提案せざるを得ない。一方、顧客はその仕様で買っているのか迷って決めきれない様子。住宅建築に際して、太陽光発電の省エネオプション等の多様な選択肢を用意する。(道央)

(17)土木工事業 資材関係の上昇は依然として続いている。生コン・鉄材も 4 月より大幅に上昇見込にあり、建築価格の高騰が一般顧客離れを引き起こしている。ラピダス効果は千歳・札幌圏に集中しているようだが、人材不足・資材高騰の要因となっていると考えられる。ゼネコンが高い単価で建築・土木要員を集めている状況にあり、派遣会社の人材単価や外注企業の単価も引き上げられており、地方で事業を行う立場としてはマイナス要因となっている。(道北)

(18)総合建設業 サイト 60 日を超える手形等について、国が指導対象とする運用を開始した。民間工事は支払条件が長期のため、資金の立替期間が長くなり慢性的な資金不足に陥り、借入に伴う金利負担が増加し利益を圧迫することが予想される。今後、発注者とは支払条件の緩和や金利負担について交渉を行うべきだが難しい。(札幌)

(19)総合建設業 建設業の DX 化は、まだまだ可能性があると思っています。現場がいかに効率よく進み、従事者の残業が減り、所得が増えるか。DX 化は費用も莫大にかかりますが、今その投資を惜しんでは、将来がないと思っています。(道東)

(20)電気工事業 道内巨大事業により、人材確保・雇用維持がより一層厳しくなっている。労務単価引上げの動向にも注視する必要がある。当社としても社内全体のベースアップを図る方針。(札幌)

(21)住宅建築業 人材を育成できなければ、変化に対応することもできないが、小規模の工務店では育成どころか確保ですら難しい。差別化をすればするほど仕事の内容は難しくなり、そうしなければ

価格で勝負することとなり、大手には勝てなくなる。
人材の確保・育成が全てです。(道南)

- (22) **管工事業** 人件費及び建築資材の高騰により再開発計画の凍結・延期が増える影響を鑑みて、組織体制の見直し及び受注計画の再考を実施せねばならないと考えます。特に人材の確保については、会社の将来を左右するべく最重要課題と考え対応にあたるべきと考えています。(札幌)

【卸売業】

- (23) **食料品卸売業** 物価高騰が重くのしかかり、消費冷え込みの元凶となっていることは明らか。消費者は安価を求め、そして高価を選択できないという家計の実状も垣間見えた。高品質を推して差別化を図るという旧来の在り方では現状にミスマッチと考える。品質は良くて当然であり、見合っただけの価値を伝えるための方法に、より工夫が必要になってきた。本当の意味で生き残りをかけた企業側の腕の見せ所である。(札幌)

- (24) **工業用品卸売業** 札幌地区を中心に 2025 年も見通しは良いものと思われる。懸念は人件費を中心とした経費全般が上昇すること。特に、大手企業並みのベースアップを実施すると、大幅に人件費が増加となる。一方で、大手企業との賃金格差により、新卒・中途採用が不調なることも想定され、慎重な対応が必要である。(札幌)

- (25) **石油製品卸売業** ラピダス進出や札幌中心部の再開発は、現時点では地価や人件費・資材高騰に繋がっており、設備投資のコストアップに影響することから、一層の上昇を招くことが懸念材料になっている。取引先の倒産・廃業や金利上昇・返済負担増加に伴う業績悪化には、引続き警戒が必要と認識している。人手不足・運送費用の上昇で、共同配送やアウトソーシングの需要が高まっており、提携・M&A 動向にも注意している。(札幌)

- (26) **鋼材卸売業** 物価高が続き、消費意欲が減退している。住宅は価格が上がりすぎていてローンを組めない人が増えている。2024 年も厳しい年であったが 2025 年も大きくは変わらない。がまんが続くと思われる。(道東)

- (27) **包装用品卸売業** 来年度も物価上昇は継続していくことが見込まれる。仕入価格の上昇は避けられず、収益面において価格転嫁の成否が大きく影響することから、当面は販売先との価格交渉中心の営業活動を強いられると予想している。また、値上げ交渉が上手くいったとしても、その後も従来通り弊社に発注していただいているのか、倒産件数も増加してきていることから、これまで以上に取引先の動向には注意していく必要がある。(札幌)

- (28) **肥料卸売業** 数年前の肥料価格の異常な上昇は、いまだ解消されておらず、今後も改善があまり期待できない。さらには、円安の影響やガソリン価格の高止まり、諸経費の上昇は、農業生産者への負担が重なり、今後も農業を取り巻く環境は厳しさが続くと考えられる。2024 年産米の価格は今までにない上昇となり水稻農家にとっては良い兆しとなったが、今後の消費者の買い控えや在庫増による価格下落が懸念材料である。(道東)

【小売業】

- (29) **リサイクルショップ** 人件費の高騰を売価に転嫁し難い商売なので、他経費の見直しと同時に新規顧客の開拓が急務です。道内景気もマスメディアで報道されている内容より遥かに速い速度で悪化している感覚があります。(道北)

- (30) **食品スーパー** 103 万円の壁の引上げや撤廃は従業員の労働時間を伸ばす効果があると思われる、注目している。来期以降、賃上げが定着するかどうかにより購買力の伸びも影響される。(札幌)

(31) **食品スーパー** 最低賃金の大幅な引き上げと社会保険の適用拡大で、企業側の負担は増している。生産性の向上は喫緊の課題であり、販売価格を引き上げ、粗利益率を向上させる以外に道はないと思われる。(札幌)

【運輸業】

(32) **バス会社** 車両数以上の人材を確保しているが、平均年齢は 54 歳(4 割超が 57 歳以上)のため、早々に若い人材を確保する必要がある。燃料費の高値推移や設備投資の高額化、時間外労働の適正化とお客ニーズとの乖離、国内外の政局によるインバウンド需要の変化を懸念している。(道南)

(33) **運輸業** 現場で働く若年労働者の確保とコスト増加分(特に BtoB において、サービスに関わる人件費部分)の販売価格への転嫁が難しい。(札幌)

【ホテル・旅館業】

(34) **観光ホテル** 新型コロナの影響が無くなり、旅行支援の助けもありホテルの宿泊単価が上昇している。人件費、諸経費が増加しているため、コロナ前の宿泊単価まで下げるのは難しい。道外、国外のお客様は順調に回復してるが、道内のお客様、特に年齢層の高いお客様は今の宿泊単価についてこれていない状況。道内客限定の料金を設定するなど対策が必要。(道央)

(35) **旅館** 北海道の市場は 2019 年を超えて活発化してきた。今後はオーバーツーリズムを考えて、やる事業やらない事業を見定めて、顧客満足度と収益のバランスを考えて戦略的に経営を進めていく。(道央)

(36) **観光ホテル** 人材、人手不足を IT・DX などで補う対策と、単価を上げる努力が必要。急な変化は危険だが、インバウンドや道外からのお客様確保など多角的視点が求められる。(道北)

(37) **観光ホテル** 諸物価高騰により、宿泊料金の値上げを行っているが、現下では利益率は若干低下しており、経費の増加を吸収できない状況。客数は横ばいから減少傾向が見られ、2025 年度は料金値上げが難しい局面を迎えると考えている。(道東)

【その他の非製造業】

(38) **建設コンサルタント** 技術者不足は喫緊の対処すべき課題。新卒採用は外部コンサルを活用し採用強化とノウハウを蓄積中であり、中途採用についても採用手法の見直しに着手。人材採用、定着化の観点から人事評価方法等、賃金制度の見直しについても検討を進めている。(札幌)